

# Zadanie 3

## Filary marki

- Podaj przykład identyfikacji wizualnej marki/ inicjatywy zawierającej kilka elementów wizualnych (czcionka, znak/logo, kolor, zdjęcie, grafiki)
- Odpowiedz na pytania: jakie wyodrębniasz na tej podstawie filary marki/ inicjatywy (podstawowe komunikaty)? (3) Co marka chciała zakomunikować?
- Co może zostać odczytane niezgodnie z intencjami twórców/twórczyń?
- Które z opisanych elementów mogą być największym wyzwaniem z perspektywy warstw kultury (i jakich warstw) w przypadku przenoszenia produktu na inne rynki? Wskaż przykład.

### WARSTWY KULTURY

| <b>obiektywne czynniki</b> | <b>subiektywne czynniki</b> | <b>czynniki kulturowe</b> |
|----------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| nazwa                      | aspiracje                   | społeczne                 |
| język                      | emocje                      | ekonomiczne               |
| pismo                      | poczucie                    | duchowe                   |
| symbole                    | humoru                      | religijne                 |
| kolor                      | oczekiwania                 | intelektualne             |
| dźwięk                     | uczucia                     | etyczne                   |

Obraz

Tekst – krótki opis przykładu.  
Całość – max. 1 strona a4